

++ A1 Telekom Austria +++ EWE +++ freenet +++ M-net +++ NetCologne +++ o2 +++ Swisscom +++ Telekom ++
++ United Internet +++ Vodafone +++ A1 Telekom Austria +++ EWE +++ freenet +++ M-net +++ NetCologne ++

Studiensteckbrief

Studie Sponsoring Telekommunikation 2020

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2020



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Sponsoring Telekommunikation 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Der Sponsoringschwerpunkt der zehn analysierten Telekommunikationsunternehmen liegt in der Förderung von Bildungs- und Sportprojekten. Auf die beiden Themenbereiche Kultur und Soziales entfällt jeweils bis zu einem Fünftel aller Projekte.
- Innerhalb von zwölf Monaten verzeichnen die zehn Unternehmen mehr als 150 neue Sponsoringprojekte.
- Bei den zehn Unternehmen entfallen auf die spezifische Zielgruppe Kinder und Jugendliche zusammen rund ein Viertel der analysierten Sponsoringprojekte.
- Die EWE weist die höchste Anzahl an Kulturprojekten in ihrem Sponsoring-Projektportfolio auf. Die Telekom legt einen Fokus auf Bildungsprojekte, NetCologne sponsert verstärkt Sportprojekte.
- Der Anteil regionaler Projekte liegt über alle zehn Unternehmen gesehen bei über 40 Prozent.
- Etwa jedes fünfte geförderte Projekt erfährt einmalige Unterstützung.
- Fast alle Postings in Social-Media-Kanälen werden mit Fotos und/oder Videos angereichert. Über ein Drittel der visuellen Elemente sind Videos.
- Im Durchschnitt ist der Sponsor bei 67 Prozent der Projekte auf der Website des Sponsoringnehmers sichtbar.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Scope: Analyse von **579 Sponsoringprojekten**

von **zehn** ausgewählten **Telekommunikationsunternehmen**

Sponsoringbereiche: Bildung, Kultur, Soziales, Sport, Umwelt

alle Information auf **192 PowerPoint-Seiten**

als **PDF und Ppt-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Basis für klare Positionierung, Benchmarking

untersuchte Telekommunikations- unternehmen:

- A1 Telekom Austria
- EWE
- freenet
- M-net
- NetCologne
- o2 (Telefonica)
- Swisscom
- Telekom
- United Internet
- Vodafone



Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



größere Projekte:

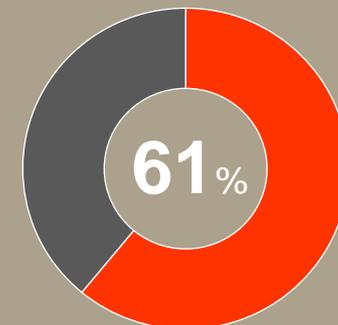
- Deutsche Fußball Liga (Vodafone)
- Ich kann was!-Initiative (Telekom)
- Locarno Filmfestival (Swisscom)
- UNICEF (United Internet)
- ...



Projektanteil Top 3:

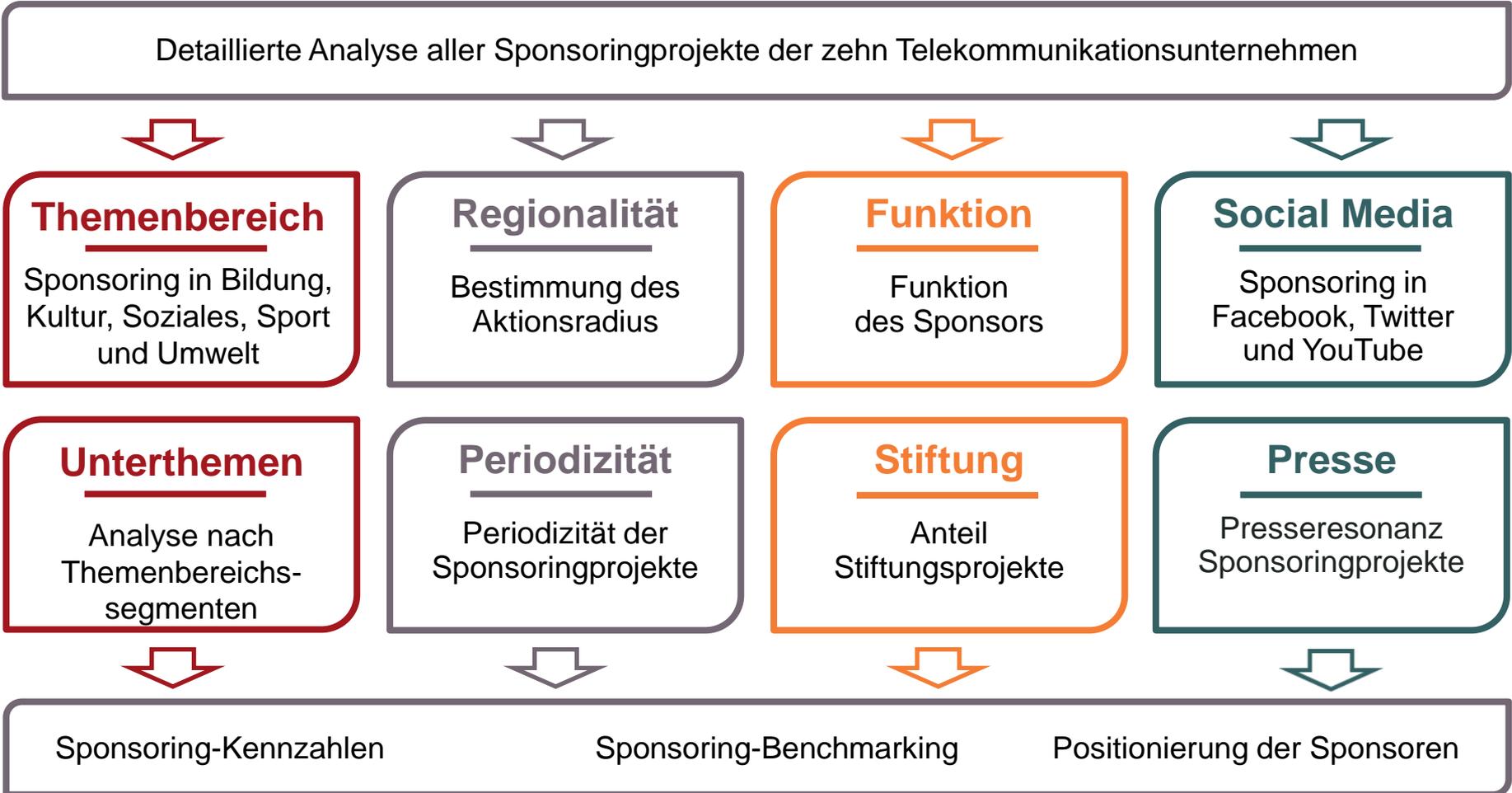


EWE
NetCologne
Telekom



Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- Branchenüberblick zu den Themenbereichen
- Anbieterkennzahlen zu Themenbereichen, Reichweite, Periodizität, Funktion des Sponsors, Stiftungsprojekten
- Projekte nach Themenbereichen und Kategorien
- Übersicht über sämtliche Sponsoringprojekte im Zwölf-Monats-Zeitraum
- Kommunikation der Projekte in Presse und Social Media
- Sponsoringausgaben auf Hochrechnungsbasis im Anbietervergleich
- Statistische Positionierungsanalyse der Anbieter

Die Studie in Zahlen:

- 579 analysierte Sponsoringprojekte
- 5 Themenbereiche
- 24 Unterthemen
- 10 Unternehmen für Telekommunikation
- 3 analysierte Social Media Kanäle
- 93 Pressemitteilungen

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden mittels Desk Research folgende Quellen ausgewertet: Anbieterwebsites, Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften, Social Media Kanäle, Suchmaschinenrecherche, Websites der Sponsoringnehmer. Die Analysen umfassen rund 579 Sponsoringprojekte von März 2019 bis Februar 2020. Erfasst wurden alle Sponsoringprojekte der Telekommunikationsunternehmen, die in den genannten Quellen Sichtbarkeit zeigten. Die Studie ist im Juni 2020 erschienen.

Preis der Studie: Die 192 Seiten umfassende Studie kostet **3.200 EUR** zuzüglich MwSt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Branchenüberblick	16
▪ Themenbereiche	20
▪ Themenübergreifende Kennzahlen	25
➤ Anbieterkennzahlen	27
▪ Überblick	33
▪ Themenanteile im Sponsorenvergleich	37
▪ Periodizität	44
▪ Regionalität	45
▪ Zielgruppen	46
▪ Funktion des Sponsors	47
▪ Stiftungsprojekte	48
➤ Sponsoringausgaben (Hochrechnung)	49
➤ Projektübersicht	58
▪ A1 Telekom Austria	61
▪ EWE	64



Inhaltsverzeichnis

▪ freenet	70
▪ M-net	74
▪ NetCologne	78
▪ o2 (Telefonica)	83
▪ Swisscom	86
▪ Telekom	90
▪ United Internet	95
▪ Vodafone	99
➤ Sponsoringleistungen	103
▪ A1 Telekom Austria	106
▪ EWE	109
▪ freenet	118
▪ M-net	121
▪ NetCologne	126
▪ o2 (Telefonica)	135



Inhaltsverzeichnis

▪ Swisscom	137
▪ Telekom	141
▪ United Internet	150
▪ Vodafone	152
➤ Kommunikation	157
▪ Kommunikationsniveau	161
▪ Social Media Postings	162
▪ Sichtbarkeit des Sponsors	164
▪ Timeline Social Media	165
▪ Pressearbeit	175
➤ Neue und wichtige Projekte	178
➤ Markenpositionierung	184
➤ Kontakt	191



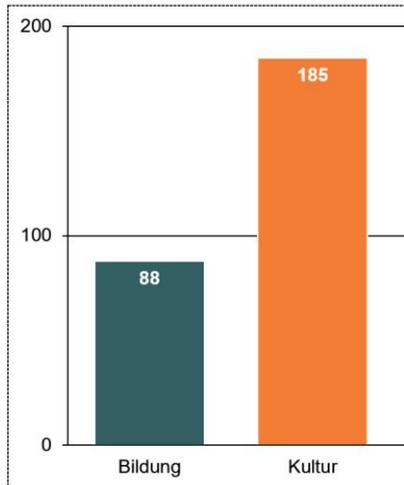
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Branchenüberblick

Themenbereiche

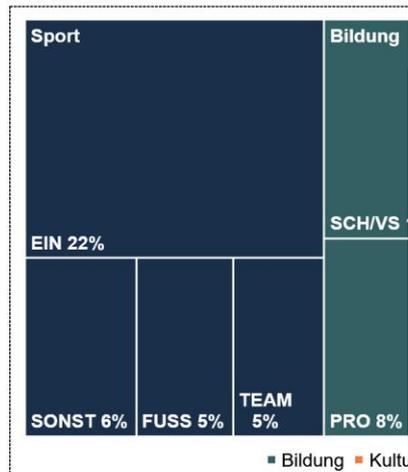
Anzahl Sponsoringprojekte in den Themenbereichen



Branchenüberblick

Themenbereiche

Verteilung der Sponsoringprojekte auf Themenbereiche und Kategorien*



* zur Legende Sponsoringkategorien

Welchen Anteil halten die einzelnen Unterthemen?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

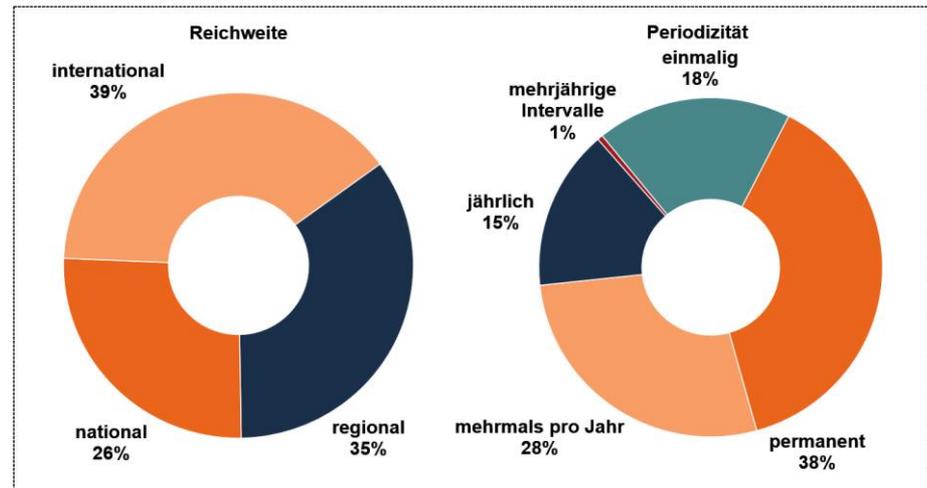
Tel

Welcher Themenbereich dominiert im Sponsoring?

Branchenüberblick

Themenübergreifende Kennzahlen

Reichweite und Periodizität der Sponsoringprojekte (Angaben in Prozent aller Projekte)



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring Telekommunikation 2020

25

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Sponsoring Telekommunikation 2020

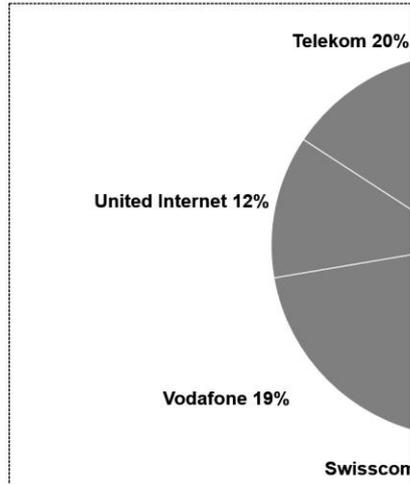
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Anbieterkennzahlen

Themenanteile im Sponsorenvergleich

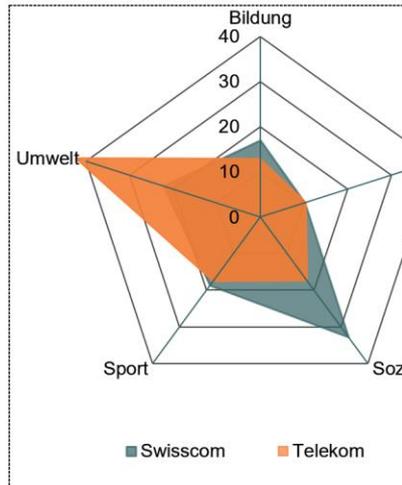
Themenanteile Soziales der Anbieter



Anbieterkennzahlen

Themenanteile im Sponsorenvergleich

Anteile der Anbieter an den Themenbereichen (Angaben in Prozent)

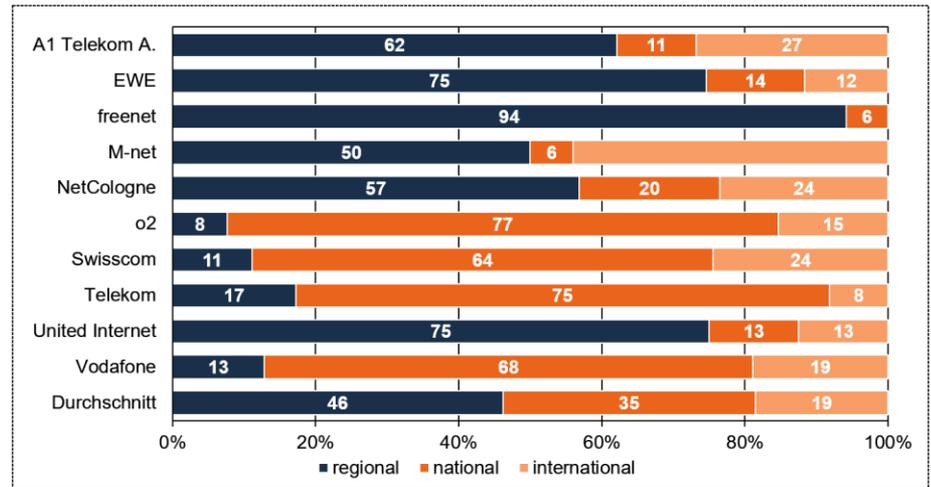


Welcher Anbieter setzt am stärksten auf internationale Projekte?

Anbieterkennzahlen

Regionalität

Regionalität der Sponsoringprojekte nach Anbietern



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Anbieter halten im Sozialsponsoring hohe Anteile?

research tools

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring Telekommunikation 2020

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Projektübersicht

Unternehmen A

Sponsoringprojekte nach Themenbereichen und Kategorien

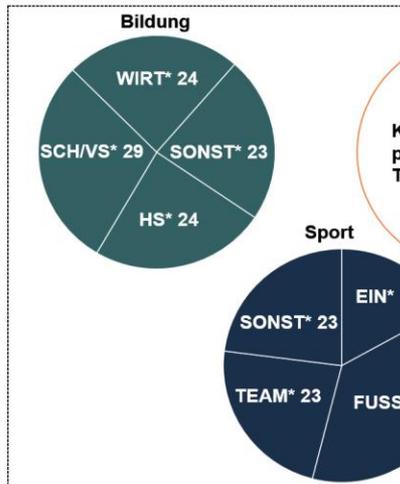
Themenbereich	Kategorie	Sponsoring
Bildung	Hochschule	Universität z
	Professionals	Univention S
	SCH/VS*	Netz do it to Verein Famil e.V., Südsta Gymnasium
	Wirtschaft	Eco Award 2
	Sonstiges	hotspot.koel
Kultur	Architektur	Hürther Vere
	BK*	-
	DK*	Museumsna preis, DAS I
	Literatur	lit. Cologne

* SCH/VS: Schule und Vorschule; BK: Bildende Kunst; DK: Darstelle

Sponsoringleistungen

Unternehmen B

Themenbereiche und Kategorien Unternehmen B (Angaben in Prozent)



* zur Legende Sponsoringkategorien

Welche Detailsleistungen erbringen die Unternehmen?

Sponsoringleistungen

Unternehmen C

Sponsorenleistungen aller Projekte

Kategorie*	Sponsoringprojekt	Ablauf / Leistung
HS	Wirtschaftsuniv. Wien	Unternehmen C ist Goldpartner der Wirtschaftsuniversität.
SCH/VS	Coding Lab	Coding-Workshop in Zusammenarbeit mit der OCG.
	eSquirrel	Partnerschaft mit innovativem Startup-Unternehmen.
WIRT	IoT Challenge	Initiator eines Startup-Wettbewerbes.
SONST	Aktiv Internet-Workshop	Gemeinsame Initiative von Unternehmen C und dem Seniorenrat.
	Internet für Alle	Kostenlose Internet-Workshops an Campus-Standorten.
	Safer Internet Day	Partner der Fachtagung Safer Internet.
BEH	ORF-III-Auktionsgala	Spende an Tanzverein für Menschen mit Down-Syndrom.
	Weihnachtskartenaktion	20.000 € für den guten Zweck an Vereine und Institutionen.
BEN	cook2help	Mitarbeiter kochen Mahlzeiten für Menschen in Not.
	Unternehmen leben!	Unternehmen C ist Partner einer Initiative der Österr. Krebshilfe.
KJ	#CharityRoyale19	7.300 € für die Projekte Licht ins Dunkel und die Initiative PROSA.
	Kinderhospiz Momo	5.000 € für schwerstkranke Kinder.
SONST	Hitradio Ö3 Weihnachten	Hauptsponsor einer Benefizveranstaltung.
	Österreich. Skiverband	Unternehmen C ist seit 22 Jahren Partner des Österr. Skiverbandes.
EIN	Weltcup Hinterstoder	Unternehmen C ist Partner des Ski-Events.

* HS: Hochschule; SCH/VS: Schule und Vorschule; WIRT: Wirtschaft; SONST: Sonstiges Bildung; BEH: Menschen mit Behinderung; BEN: Sozial Benachteiligte; KJ: Kinder und Jugendliche; SONST: Sonstiges Sport; EIN: Einzeldisziplin

Welche Sponsoringprojekte werden im Einzelnen gefördert?

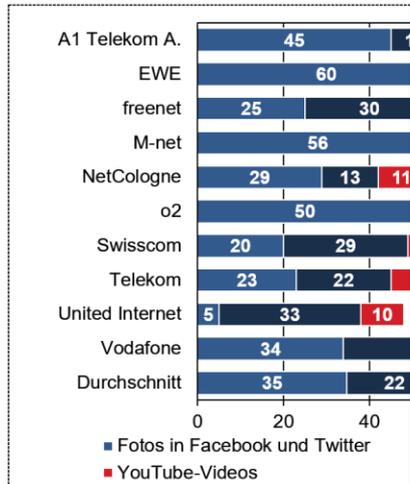
Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Social Media Postings

Social Media Postings nach visuellen Elementen (Angabe als Anzahl der Postings)



Quellen: Accounts der Anbieter auf Facebook, Twitter, YouTube

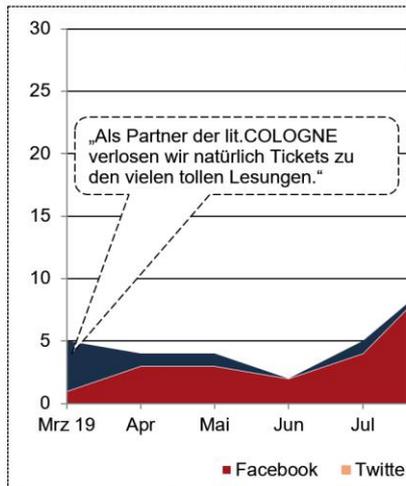
research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Kommunikation

Timeline Social Media

Anzahl der Postings nach Monaten – Unternehmen D



Quelle: Social Media-Seiten und Websites der Anbieter

research tools

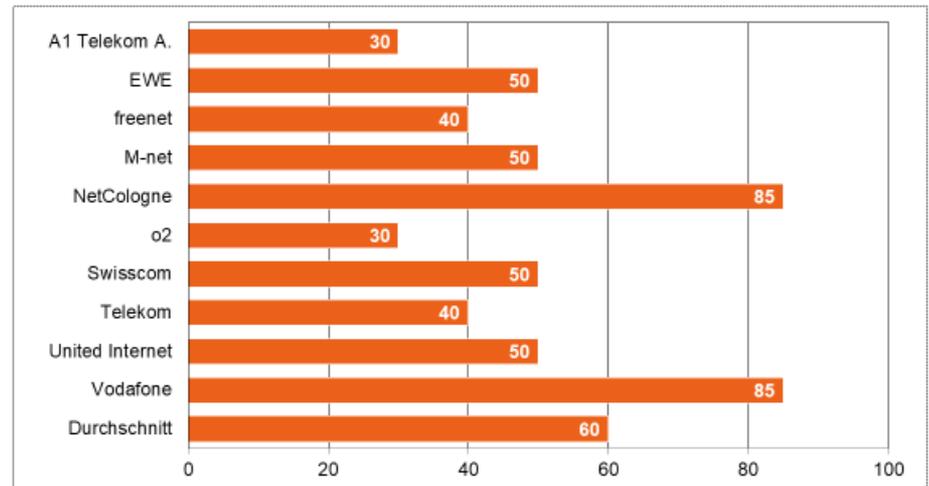
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Sichtbarkeit erzielt das Sponsoring?

Kommunikation

Sichtbarkeit des Sponsors

Sichtbarkeit des Sponsors auf der Website des Sponsoringnehmers (Angaben in Prozent)



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring Telekommunikation 2020

Welche Social Media-Kanäle fokussieren die Anbieter?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Sponsoring Telekommunikation 2020

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.200 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Sponsoring Telekommunikation 2020

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Branche Telekommunikation erschienen:

- Studie eVisibility Telekommunikation 2020
- Studie Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2020
- Studie Telekommunikations-Zielgruppe Onebrander 2019
- Studie Unternehmensprofile Telekommunikation 2019
- Studie Telekommunikations-Zielgruppe Prepaid 2019
- Studie eVisibility Telekommunikation 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Branche Telekommunikation erschienen seit 2017 über zehn Studien. In der Studienreihe Sponsoring sind bisher insgesamt neun Studien erschienen.

